

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang tengah berlangsung, informasi dan teknologi menjadi pilar utama yang mendukung kehidupan manusia. Teknologi telah hadir dalam berbagai aspek kehidupan, memungkinkan penyelesaian masalah dengan cara yang praktis dan sederhana. Teknologi mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan secara eksplisit memberikan dampak yang sangat besar terhadap kehidupan sosial manusia masa kini (Syarifuddin, 2016). Salah satu tonggak penting dalam perkembangan teknologi komunikasi yang merubah pola pikir dan gaya hidup masyarakat modern adalah Internet. Internet bukan hanya sekadar teknologi baru, tetapi menjadi alat yang sangat vital dalam mendapatkan akses ke berbagai informasi dan mentransfer data. Media sosial sebagai platform di internet yang memberikan pengguna kesempatan untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan sesama pengguna, membentuk ikatan sosial secara virtual (Wandani, 2018). Salahsatu media dosial yang kini sangat populer adalah Instagram. Menurut data dari *Napoleon Cat*, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 106,72 juta orang per Februari 2023, mengalami peningkatan signifikan sebesar 12,9% dari bulan sebelumnya yang mencatat 94,54 juta pengguna (Rizaty, 2023). Instagram sebagai platform jejaring sosial yang menawarkan berbagai alat yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya kepada pengikut di akun Instagram mereka (Kholidah, 2023).

Instagram telah mengubah sejumlah praktik gaya hidup salahsatunya berbagi kegiatan sehari-hari. Salahsatu fenomena yang muncul sebagai hasil dari pertumbuhan media sosial, khususnya di platform Instagram adalah tren yang dikenal dengan istilah "*Foodstagram*". Istilah ini merujuk pada kegiatan yang umumnya dilakukan oleh individu untuk mengabadikan momen makanan dan minuman yang mereka konsumsi melalui foto atau video yang selanjutnya dibagikan atau diunggah ke akun Instagram pribadi atau akun yang secara khusus didedikasikan untuk kegiatan tersebut (Kahfi, 2016). Saat ini, sudah menjadi hal lumrah melihat seseorang

mengabadikan momen sebelum menikmati hidangan mereka. Tindakan ini hampir menjadi ritual bagi mereka yang ingin berbagi pengalaman kuliner melalui gambar makanan yang mereka unggah ke halaman Instagram masing-masing. Fenomena ini telah menciptakan lautan gambar dan video makanan yang menghiasi Instagram, terutama di kalangan *food vlogger* yang memberikan kontribusi signifikan terhadap keragaman konten yang hadir di platform ini.

Food vlogger merupakan seseorang yang menghasilkan konten video atau visual berfokus pada tema kuliner di platform media sosial yang memainkan peran yang sangat penting dalam memberikan ulasan mengenai makanan atau minuman yang sedang tren atau menjadi ciri khas suatu daerah secara acak (Ezar, 2023). Dengan menjelajahi berbagai tempat makan, *food vlogger* tidak hanya menyajikan konten yang menghibur, tetapi juga memberikan wawasan berharga kepada penonton tentang keunikan kuliner. Perannya dalam membantu orang-orang menemukan tempat makan baru dan menarik menjadikannya sebagai sumber inspirasi yang sangat dicari oleh para penikmat kuliner. Tujuan utama dari seorang *food vlogger* tidak hanya sebatas berbagi pengalaman pribadi saat makan, tetapi juga memberikan rekomendasi yang dapat dipercaya tentang tempat-tempat makan yang layak dikunjungi (Ismi, 2023).

Para *food vlogger* yang telah lama menggunakan Instagram dan berhasil memperoleh jumlah *like* dan *followers* yang signifikan, umumnya berharap dapat menarik perhatian pihak tertentu melalui aktivitas *foodstagram* (Nurmansyah, 2021). Dengan menggunakan Instagram termasuk para *food vlogger*, pengguna dapat mengunggah postingan makanan untuk berbagi pengalaman kuliner dengan pengikut mereka. Beberapa dari mereka bahkan menambahkan keterangan dan tagar yang menarik untuk membuat foto mereka lebih mencolok dan memikat perhatian.

Pengguna *foodstagram* menerima berbagai respon dari pengguna lain atas aktivitasnya yang diartikan sebagai umpan balik yang berujung pada kecanduan. Kecanduan ini mendorong pengguna akun untuk terus terhubung dan memperluas komunitas Instagram, termasuk tren *foodstagram* (Nurmansyah, 2021). Fenomena *foodstagram* tidak hanya memusatkan perhatian pada makanan sebagai objek, tetapi juga melibatkan minuman. Keberadaan makanan dan minuman sebagai objek dalam dunia *foodstagram* telah menciptakan istilah "makan cantik" untuk mereka yang

membagikan foto makanan dan "minum cantik" bagi mereka yang membagikan foto minuman, khususnya di kalangan masyarakat muda (Annisa, 2020).

Di Media Sosial, kita sering kali menemui beragam unggahan estetik dan mewah mengenai makanan dari beberapa *food vlogger*. Fenomena ini menciptakan suatu bentuk prestise tersendiri, dimana tampilan foto makanan yang indah dianggap sebagai simbol kemewahan. Terkadang, kebutuhan untuk mengekspos citra dan status diri secara pribadi melibatkan tekanan yang dapat secara tidak sadar mengubah kebiasaan makan seseorang. Akibatnya, aktivitas *foodstagram* tidak hanya menjadi bentuk hiburan atau berbagi pengalaman kuliner, melainkan juga membawa perubahan pada gaya hidup seseorang. Tren ini mulai menjadi rutinitas dan akhirnya membentuk kebiasaan yang mempengaruhi gaya hidup.

Di balik unggahan *foodstagram* yang dilakukan oleh *food vlogger* yang menampilkan estetika dan kecantikan, seringkali terdapat proses-proses yang dirancang dengan cermat untuk menunjang keindahan foto makanan tersebut. Kebutuhan untuk mendapatkan respons positif dari pengikutnya mendorong mereka untuk membuat foto yang menarik dan menggiurkan. Pemilihan sudut, pencahayaan, dan penyajian makanan menjadi pertimbangan penting. Hal ini menciptakan kepuasan tersendiri bagi pelaku ketika unggahan foto makanan mereka mendapatkan banyak *like/love*, atau komentar yang menanyakan mengenai makanan atau alamat tempat tersebut. Fenomena ini memperlihatkan bahwa konsumsi makanan di media sosial tidak hanya untuk kebutuhan pribadi, melainkan juga untuk memenuhi ekspektasi dan pandangan orang lain. Oleh karena itu, apa yang terdapat di platform media sosial dianggap sebagai sesuatu yang nyata, dan dengan ber-*foodstagram* mereka sedang menyampaikan pesan atau menunjukkan sesuatu dengan aktivitas tersebut (Annisa, 2020).

Para *food vlogger* menampilkan foto makanan yang menarik, estetik, dan memikat perhatian merupakan aspek penting dalam dunia *foodstagram*. Dalam usaha menciptakan tampilan yang menarik, mereka seringkali menggunakan berbagai teknik manipulasi seperti penyuntingan foto, pencahayaan yang tepat, dan tata letak yang estetik. Foto-foto tersebut seringkali melibatkan penggunaan filter dan alat pengeditan lainnya di fitur Instagram, sehingga makanan yang diwakili dalam

foodstagram tampak lebih menggugah selera dan sempurna daripada kenyataannya. Hal ini dapat menciptakan ekspektasi yang tinggi dari pengikutnya, sehingga ketika seseorang mencoba makanan tersebut dalam kehidupan nyata rasanya mungkin tidak sesuai dengan harapan yang dihasilkan dari foto tersebut. Meskipun demikian, kekurangan rasa makanan tidak selalu menjadi permasalahan utama karena para *food vlogger* cenderung menutupi kekurangan tersebut dan lebih fokus pada promosi restoran yang mereka kunjungi bahkan tanpa mendapatkan imbalan dari restoran yang bersangkutan.

Aktivitas *foodstagram* memberikan ruang bagi para *food vlogger* untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam mengambil foto makanan, mengatur tata letak, dan memilih filter yang sesuai. Ini bukan hanya sebuah bentuk dokumentasi, tetapi juga seni visual yang memungkinkan mereka menyampaikan identitas dan gaya unik mereka. Berusaha mendapatkan pengakuan dari orang lain dengan memperoleh *like*, komentar, atau *viewers* merupakan upaya untuk mendapatkan perhatian (Dyah, 2019). Para food vlogger seringkali membagikan konten makanan mereka di media sosial dengan tujuan utama untuk mendapatkan apresiasi atau pujian atas tampilan makanan mereka yang pada akhirnya dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi bagi orang lain.

Bagi sebagian orang, aktivitas *foodstagram* bukan hanya sekadar mengunggah foto makanan, tetapi juga merupakan cara untuk meningkatkan status sosial dan prestise (Annisa, 2020). Memposting gambar makanan yang unik atau hidangan dari restoran mewah dapat menciptakan kesan bahwa seseorang memiliki gaya hidup yang berkelas dan memiliki akses ke makanan eksklusif. Selain itu, *foodstagram* juga menjadi sarana untuk bersosialisasi dengan komunitas food vlogger lainnya atau pengguna media sosial yang memiliki minat serupa (Fitria, 2016). Aktivitas ini membantu dalam berbagi pengalaman dan memberikan informasi berguna kepada orang lain, serta memotivasi orang lain untuk merasa tertarik dan ingin berkunjung ke restoran yang direkomendasikan. Para food vlogger secara selektif memilih makanan yang disajikan secara menarik dan unik untuk diunggah di media sosial, meskipun terkadang pilihan makanan tersebut tidak selalu sesuai dengan preferensi rasa mereka (Raditya, 2014). Dengan mengunjungi berbagai tempat makan dan membagikannya

di media sosial, individu cenderung terobsesi untuk menciptakan foto makanan yang estetik dan menarik perhatian dari individu lain.

Akibatnya, banyak orang menjadi penasaran dan tertarik untuk mencoba makanan tersebut terutama karena terdorong oleh konten yang diunggah oleh para *food vlogger* di akun Instagram mereka. Unggahan foto makanan yang menggiurkan dan memikat perhatian pengguna Instagram lainnya menjadi daya tarik utama. Fenomena *foodstagram* ini menjadi subjek penelitian yang menarik karena aktivitas ini dianggap sebagai faktor yang mengubah persepsi masyarakat terhadap makanan dan gaya hidup terutama pada kalangan para *food vlogger*. Tren ini mendorong individu untuk menggunakan akun Instagram mereka sebagai alat pencitraan sebagai upaya untuk membangun eksistensi diri yang baru, berbeda, dan lebih baik daripada kenyataan sebenarnya.

Foodstagram sebagai fenomena populer di media sosial yang cenderung membentuk persepsi yang tidak realistis tentang makanan, mengarah pada tren makan yang lebih fokus pada pencarian perhatian di platform media sosial daripada pada upaya untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan berkelanjutan. Aktivitas *foodstagram* memberikan pengguna kebebasan untuk merekayasa tampilan makanan secara kreatif sebelum diunggah ke akun Instagram mereka yang menghambat kemampuan mereka untuk membuat keputusan makan yang rasional dan membuat mereka cenderung terfokus pada gaya hidup saat ini tanpa mempertimbangkan dampaknya pada masa depan. Dengan begitu, perubahan dalam gaya hidup dapat terjadi tanpa kesadaran, memberikan dampak signifikan pada kebiasaan sehari-hari. Penting untuk diingat bahwa dibalik unggahan yang dipajang di media sosial, realitasnya mungkin tidak selalu sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi dalam realitas yang sebenarnya.

Munculnya media sosial terutama Instagram telah menghasilkan fakta-fakta baru yang menarik melalui tren aktivitas *foodstagram*. Fenomena ini menjadi subjek kajian yang mendalam, karena aktivitas makan yang terpapar dalam platform ini telah menciptakan realitas palsu bagi penggunanya. Hal ini mendorong mereka untuk terus melakukan pencitraan diri, meskipun terdapat perbedaan mencolok antara kebenaran di dunia nyata dan apa yang mereka bagikan secara virtual. Dalam dunia

foodstagram, pengguna dapat dengan bebas mengekspresikan kreativitas dan keterampilan mereka dalam penyajian makanan dan mendapatkan kebahagiaan dan penguatan diri ketika mendapatkan perhatian serta pujian atas hasil foto makanan mereka. Dari penelitian ini mencoba mengkaji fenomena tersebut dilihat dari aktivitas *foodstagram* yang menjadi tren di media sosial Instagram. Berdasarkan latar belakang dan ketertarikan tersebut, maka peneliti membuat penelitian ini dengan judul **“Hiperrealitas Dalam *Foodstagram* (Studi Fenomenologi Pada *Food Vlogger* di Kota Bangkalan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang penulis paparkan, maka penulis mengidentifikasi rumusan masalahnya, bagaimana terjadinya hiperrealitas *foodstagram* di kalangan *food vlogger* tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk menjawab masalah yang penulis teliti, dalam penelitian ini tujuan tersebut adalah untuk mengetahui terjadinya hiperrealitas *foodstagram* di kalangan *food vlogger*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman sosiologi budaya terkait fenomena hiperrealitas dalam postingan *foodstagram* di kalangan *food vlogger* Kota Bangkalan di media sosial Instagram. Melalui analisis ini, diharapkan mampu memperkaya wawasan sosiologi budaya terhadap dampak dan dinamika yang terkandung dalam aktivitas *foodstagram*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu hiperrealitas dalam postingan *foodstagram* bagi para *food vlogger*, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang lebih bijak dalam mengelola konten mereka. Lebih lanjut, pengetahuan yang dihasilkan diharapkan dapat mengarah pada kebutuhan yang menjadi prioritas utama bukan berdasarkan keinginan atau gengsi semata masyarakat.